

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA BISNIS DIGITAL MARKETING

Bahri Kamal^{1*}, Arief Zul Fauzi², Hesti Widiati³, Mohammad Sya'bani⁴

^{1,2,3,4}Prodi DIII Akuntansi, Politeknik Harapan Bersama, Indonesia

Bahrikamal17@gmail.com¹, arief.zulfauzi@poltektegal.ac.id², hesti.widiati@poltektegal.ac.id³,
syabani0401@gmail.com⁴

ABSTRAK

Abstrak: Tujuan Kegiatan PKM ini memberikan pelatihan digital marketing agar wawasan siswa yang lebih luas untuk masa mendatang dengan media social. Kita melakukan observasi dan wawancara dengan pihak sekolah tentang permasalahan penggunaan media sosial, kegiatan ini diikuti oleh 26 siswa di SMK NU 1 Islamiyah Kramat. Metode kegiatan yang kita laksanakan dengan ceramah pengenalan media sosial dan Praktik langsung digital marketing melalui media youtube, Kemudian untuk siswa diajarkan secara langsung untuk mendaftar agar mendapatkan akun cahnnel youtube sebagai media pemasarannya untuk memasarkan produknya karena banyak orang tua dari siswa itu wirausaha serta pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan ini mendapatkan respon positif oleh guru dan siswa, Kemudian yang terakhir sistem evaluasi yang digunakan adalah memberi tugas upload video ke akun mereka, dari 26 siswa ada 21 yang mengumpulkan jadi pencapaian 81%.

Kata Kunci: Media Sosial; Youtube; Digital Marketing.

Abstract: The aim of this Community Service Activity is to provide digital marketing training so that students have broader insight into the future with social media. We conducted observations and interviews with the school regarding the problems of using social media. This activity was attended by 26 students at SMK NU 1 Islamiyah Kramat. The method of activity that we carried out is with a lecture introducing social media and direct practice of digital marketing through YouTube. Then students were taught directly to register to get a YouTube channel account as a marketing medium to market their products because many of the students' parents are entrepreneurs and MSMEs. The results of the activity showed that this activity received a positive response from teachers and students. Then, finally, the evaluation system used was to give them the task of uploading videos to their accounts. Out of 26 students, 21 had collected it, so the achievement was 81% of the number of participants.

Keywords: Social Media; YouTube; Digital Marketing.



Article History:

Received: 28-02-2024
Revised : 22-03-2024
Accepted: 23-03-2024
Online : 01-04-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Digital marketing tidak asing terdengar ditelinga kita, dimasa sekarang ini dalam melakukan pengenalan produk, promosi, penjualan, tidak lepas dari media sosial, Pengenalan media sosial dalam pemanfaatannya sebagai media sosial yang sangat dibutuhkan dalam memperkenalkan baik produk maupun jasa agar sesuai target pasar yang di inginkan (Aulia et al., 2020). Di era yang semakin maju mendorong para pemilik usaha selalu mengikuti trend yang ada, salah satunya adalah bentuk digital marketing, selain untuk meningkatkan nilai penjualan, digital marketing juga dapat membangun branding perusahaan secara efektif dan efisien serta tepat sasaran (Puspitarini & Nuraeni, 2019), (Aditya & Rusdianto, 2023).

Munculnya aplikasi media sosial seperti *Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram, Messenger, WeChat*, pada *smartphone* ternyata makin mengubah cara berfikir orang terhadap social dalam hidup atau disekitar lingkungan (Siregar, 2022). Cara hidup dan berinteraksi pun berbeda, karena sosial media kini tak saja berperan sebagai wahana bercanda atau ngerumpi, tetapi telah menjadi jaringan dalam komunikasi yang kompleks dari berbagai kelebihan, dan kekurangannya. Antara lain, para pemakai sosial media berinteraksi dengan keluarga dan saudara mereka yang jauh, pertemanan, mempromosikan dan menjual produk sampai pada informasi berbagai peristiwa yang terjadi di dekat pengguna media sosial itu sendiri. Selain mendapatkan manfaat positif, dengan kompleksitas media sosial yang tidak dibarengi dengan etika berkomunikasi di dunia maya (Susanti, 2020), (Warmayana, 2018).

Penggunaan media sosial di kalangan remaja khususnya anak anak SMA/SMK merupakan solusi yang ditawarkan dalam menambah kemampuan ataupun pengetahuan para siswa dalam memanfaatkan Youtube sebagai sarana bisnis online, agar tetap survive dalam membantu keuangan keluarga (Kamhar & Lestari, 2019). Oleh sebab itu perlunya dilakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, untuk membangun kegiatan kewirausahaan seperti bisnis online melalui digital marketing sebagai langkah awal memperbaiki perekonomian keluarga sebagai penghasilan tambahan (Peningkatan et al., 2022) (Setiadi et al., 2019). Media sosial merupakan salah satu suatu jenis aplikasi online yang dapat membantu orang terhubung dan membangun hubungan dengan yang lain (Hidayati et al., 2020) (Purwana et al., 2017). Media sosial juga dapat membantu individu dalam bertukar pendapat, informasi, pengalaman, dan sudut pandang satu dengan yang lain, di mana pendapat tersebut diatas dapat diakses melalui program berbasis internet yang berupa media visual maupun atau audio visual, seperti blog, YouTube, Instagram, dan sejenisnya (Murniati et al., 2018), (Rifai & Meiliana, 2020).

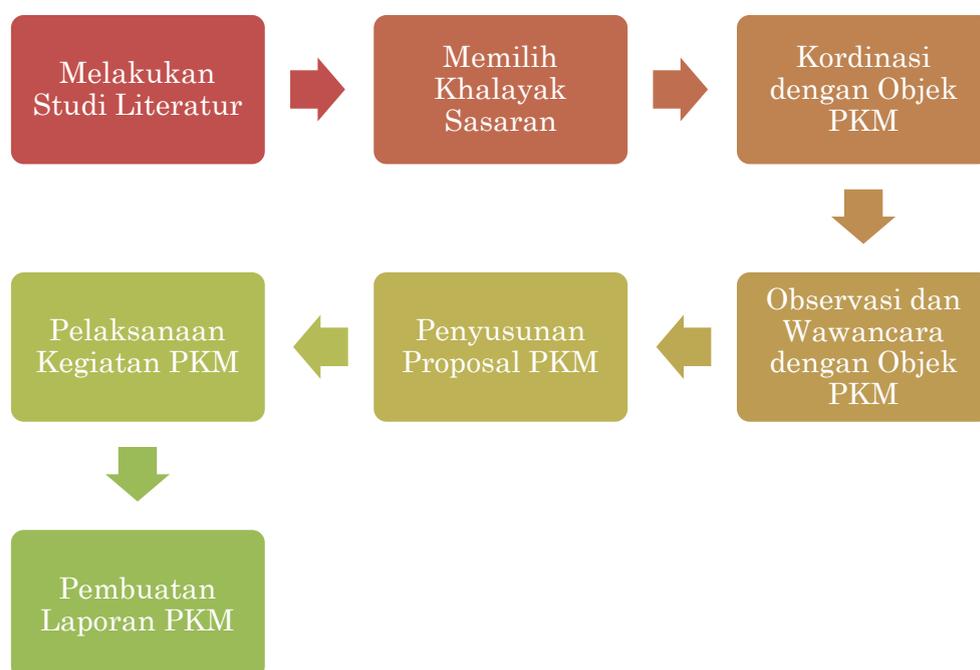
Selain itu, jaringan media sosial adalah layanan yang memberikan individu kemampuan untuk membuat profil publik atau semi publik dalam suatu sistem yang dapat menghubungkan individu satu sama lain melalui metode dan sistem unik dalam setiap program atau jaringan sosial. Platform media sosial ini juga dapat digunakan untuk mendorong konsumen mengevaluasi produk atau

layanan yang mereka terima dan mempublikasikan hasilnya di jaringan media sosial, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat pengetahuan konsumen yang membaca forum atau komentar dari pengguna lain tentang produk tersebut. produk atau jasa yang disediakan (Xabier-Rolan, 2013) (Fauzi et al., 2021) (Murniati et al., 2018).

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang Digital Marketing kepada siswa SMK NU 1 Islamiyah Kramat, agar para siswa mengetahui manfaat smart phone mereka digunakan untuk hal yang bermanfaat. Pengenalan media sosial youtube untuk media promosi diberikan secara langsung di ruang kelas dengan pengisi materi dari praktisi para Youtuber dan para konten kreator yang berpengalaman dalam media sosial. Setelah mengikuti kegiatan ini diharapkan para siswa dapat membuat akun bisnis di media sosial youtube, agar bisa mengembangkan mitra wirausaha melalui digital marketing.

B. METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 9 – 10 Januari 2024 dan diikuti oleh 26 siswa kelas XI SMK SMK NU 1 Islamiyah Kramat. Metode pelaksanaan kegiatan PKM dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan PKM

1. Tahap Persiapan Kegiatan

- a. Melakukan studi literatur mengenai perkembangan media sosial digital marketing pada saat ini dan pemilihan khalayak sasaran untuk peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK NU 1 Islamiyah Kramat.
- b. Koordinasi awal melalui komunikasi online dan surat permohonan untuk observasi ke objek kegiatan pengabdian masyarakat.

c. Pemetaan atau (*mapping*)

Pemetaan ini dilaksanakan pada saat analisis situasi dengan memisahkan hambatan apa yang dihadapi dan solusi apa yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil diskusi dengan wakasek bidang kurikulum dan guru BK SMK NU 1 Islamiyah Kramat dibutuhkan pelatihan pemasaran digital dengan penggunaan sarana media sosial youtube agar digunakan lebih bermanfaat (Rahmadiane et al., 2020) (Riyanto et al., 2022).

d. Kepakaran

Dalam kegiatan yang dilaksanakan pada masyarakat dilakukan oleh dosen sesuai dengan bidangnya, keahliannya dan kompetensinya terkait media sosial dan digital marketing. Kita melakukan beberapa langkah terdiri dari penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Jadi kita tidak hanya pelatihan saja tapi pendampingan kepada peserta sampai benar benar bisa buat akun khusus pemasaran serta mengunggah video produknya ke media sosial youtube (Setiadi et al., 2019).

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan kali ini dengan tema Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Bisnis Digital Marketing Pada Siswa SMK NU 1 Islamiyah Kramat. Tahap pertama kita melakukan wawancara dengan pihak sekolah Waka Kurikulum dan Guru BK terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh siswa dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Metode Pelaksanaan kegiatan ini yaitu penyampaian materi teori dan praktik, dimana untuk teori penyampaian materi pengetahuan tentang media sosial dan digital marketing dengan ceramah dan tanya jawab, kemudian materi praktik langsung praktik membuat akun di media social youtube dan membuat video pemasaran yang menarik untuk di unggah di akun siswa masing-masing.

3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Permasalahan yang dihadapi SMK NU 1 Islamiyah Kramat ada beberapa perumusan masalah dilakukan dengan tujuan mencari solusi yang dapat dilakukan dengan memberikan edukasi digital marketing agar wawasan siswa yang lebih luas untuk masa mendatang dengan media sosial yang ada. Kemudian untuk evaluasi kegiatan dalam mencapai tujuan kegiatan ini dalam memberitugas ke siswa untuk mengunggah video ke media social mereka agar kita tahu berapa persen siswa yang bisa memahami materi PKM ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat kali ini dilaksanakan pada tanggal 9 – 10 Januari 2024 dan diikuti oleh siswa kelas XI SMK SMK NU 1 Islamiyah Kramat disambut oleh wakasek bidang kurikulum dan didampingi oleh Guru BK. Peserta satu kelas berjumlah 28 siswa tapi kehadiran ada 26 siswa, karena ada yang ijin tidak berangkat sekolah, peserta sangat antusias mengikuti

kegiatan dan mendapatkan respon positif. Guru dan siswa merasa senang karena dapat *sharing knowledge* dengan dosen akuntansi Politeknik Harapan Bersama, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Dokumen Penyampaian Materi Pengenalan Media Sosial

Materi Hari pertama yang disampaikan adalah *refresh* materi tentang pengenalan media sosial. Tim pengabdian kepada Masyarakat menjelaskan kembali terkait dengan pengertian dan ruang lingkup media sosial, digital marketing (Pemasaran Digital), dan Manfaat dari media sosial dari berbagai *plat form*, jadi siswa lebih terbuka wawasan tentang media pemasaran secara digital, baik toko online atau *E-Commerce* dan pengenalan ragam literasi digital marketing di media social, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Praktik Pembuatan Akun Media sosial

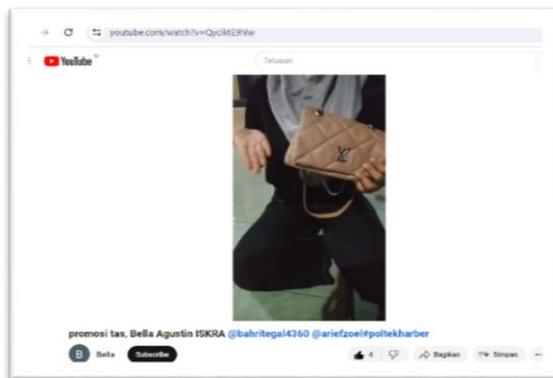
Materi hari kedua tim menyampaikan praktek pembuatan akun media sosial youtube untuk pemasaran secara online, membuat video yang menarik dan cara upload ke media sosial youtube. Dimateri kedua siswa diminta langsung praktek membuat dan mengunggah video ke media sosial yang telah dibuat dengan semenarik mungkin agar yang melihat video tersebut langsung tertarik.

2. Pembahasan

Bentuk kegiatan dilakukan lewat pembelajaran melalui pemberian materi pengenalan dan pelatihan sebagai berikut: (a) Materi pengenalan ragam literasi digital marketing; (b) Materi pengenalan media social; (c) Materi membuat akun cahnnel untuk marketing; (d) Materi membuat video yang menarik; dan (e) Materi membuat konten creator. Adapun proses selanjutnya simulasi pembuatan akun youtube baru khusus usaha dan diskusi tanya jawab mengenai media sosial youtube sebagai media digital marketing.

Berdasarkan hasil survey dan pengamatan di lapangan, melalui diskusi, tanya jawab selama pelatihan berlangsung, kegiatan pengabdian pada

masyarakat kali ini memberikan hasil antara lain: (a) Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman tentang sosial media yang positif dan bermanfaat; dan (b) Meningkatnya ketrampilan siswa SMK NU 1 Islamiyah Kramat dalam praktek membuat akun channel youtube sebagai media pemasaran. Dimateri tersebut siswa diminta langsung praktek membuat dan mengunggah video ke media sosial yang telah dibuat, berikut salah satu hasil karya siswa yang menjual tas secara online di youtube di channel <https://www.youtube.com/watch?v=QyciktE9hlw>, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Karya Siswa Pembuatan Akun dan Unggah Video

Hasil kegiatan tersebut didukung oleh pembuatan akun channel siswa yang mengumpulkan tugas dengan benar. Dari gambar diatas menunjukkan bahwa dari 26 siswa, yang mengumpulkan tugas dengan benar sebanyak 21 siswa dan yang tidak mengumpulkan 5 siswa, jadi keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini ketercapain 81%. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi jalannya kegiatan,(Nishom et al., 2022) diantaranya:

a. Faktor Pendukung

1. Para peserta kegiatan sudah tidak asing dengan penggunaan *handphone* atau komputer jadi mereka lebih memudahkan menguasai disetiap proses pelatihan.
2. Dukungan yang baik dari pihak sekolah dan program studi D3 Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Partisipasi dan keaktifan dari para peserta, sehingga kegiatan pelatihan ini menjadi maksimal.
4. Fasilitas yang sangat menunjang untuk kegiatan Pengabdian yang disediakan pihak sekolah SMK NU 1 Islamiyah Kramat.

b. Kendala yang dihadapi

Ketersediaan jaringan internet yang kurang stabil dan ada beberapa siswa yang tidak punya alat komunikasi sehingga menghambat kegiatan pelatihan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 26 siswa/i kelas XI SMK SMK NU 1 Islamiyah Kramat dengan tema Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Bisnis Digital Marketing, 26 siswa, yang mengumpulkan tugas dengan benar sebanyak 21 siswa dan yang tidak mengumpulkan 5 siswa, jadi keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini ketercapaian 81%. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan literasi tentang media sosial yang bermanfaat di kalangan siswa dan meningkatkan keterampilan siswa dalam pemasaran secara digital. Kegiatan ini sebagai sarana untuk siswa belajar media sosial youtube yang selama ini mereka gunakan hanya untuk menonton film dan musik saja, ternyata dengan adanya pelatihan ini siswa jadi terbuka wawasannya dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilannya dalam membuat video tentang produk atau jasa untuk dipasarkan dan mereka bisa langsung mengunggah video yang kreatif dan menarik sehingga orang yang melihat video postingan tersebut menjadi tertarik.

Diharapkan adanya pelatihan lanjutan dan pendampingan kepada siswa agar penguasaan materi yang di praktikan lebih mendalam sehingga siswa lebih kreatif dan lebih baik dalam membuat video dengan konten-konten yang menarik yang terbaru, biasa disebut para netizen yang sedang viral. Untuk kegiatan selanjutnya diharapkan materi diperluas karena banyak jenis platform media sosial dan diharapkan ada tindak lanjut sehingga tujuan pengabdian masyarakat dapat tercapai dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Tim penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Harapan Bersama yang telah mendukung dan mendanai kegiatan pengabdian kali ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aulia, S., Kom, S. I., & Si, M. (2020). *Digital Marketing Instagram Salmonbyesther*. Fauzi, A. Z., Brilianti, D. F., & Kamal, B. (2021). Peningkatan Kemampuan Berbicara Mahasiswa Menggunakan Teknik Voice Over. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(01), 21–26. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.482>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Murniati, Ktut; Zakaria, Wan Abbas; Arifin, Bustanul; Indah, L. S. M. (2018). Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Lampung. *Kma - Klinik Management Aktuell*, 23(10), 4–5.
- Nishom, M., Wibowo, D. S., & Susanto, A. (2022). Pemanfaatan Google Platform Untuk Evaluasi Dan Kolaborasi Bagi Civitas Academica Di Masa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 1786. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i3.7751>
- Peningkatan, U., Saing, D., Wonorejo, S. W. K., & Pandemi, P. (2022). *Pengabdian*

- Kepada Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Sebagai. July.*
<https://doi.org/10.14414/kedaymas.v2i2.2977>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahmadiane, G. D., Kamal, B., Fauzi, A. Z., & Noermansyah, A. L. (2020). Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. *Jurnal Vokasi*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v4i2.1893>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- Xabier-Rolan, T. P. otera and. (2013). understand DigitalMarketing Basic and Actions. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Yusi Kamhar, M., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi (Utilizing Youtube Social Media as Indonesian Language Learning Media in Higher Education). *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 1–7.
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>